

DAFTAR PUSTAKA

- Ajeng, S. (2023). Pengaruh Social Media Marketing dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Variabel Intervening [Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta]
- Fivtinima Wya, M. (2022). Strategi Digital Marketing dalam Meningkatkan Penjualan Pada SR12 Skincare Herbal. Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.
- Ishak, A. A., Lamusa, F. A. H., Adda, H. W., Manajemen, P., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2023). Pengembangan Teknik Pemasaran Dan Inovasi Untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan Kedai Vespa Palu. *Jurnal Mutiara Ilmu Akuntansi (JUMIA)*, 1(2).
- Mayang, A., Astuti, I., & Ratnawati, S. (2020). Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran (Studi Kasus di Kantor Pos Kota Magelang 56100). In Anissa Mayang Indri) *Jurnal Ilmu Manajemen* (Vol. 17, Issue 2).
- Rambe, D. N. S., & Aslami, N. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Pasar Global. *ElMujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 213–223.
- Suhartopo, R., & Waluyo, H. D. (2020). Pengaruh Brand Awareness Dan Customer Behavior Terhadap Keputusan Penggunaan Taksi Kosti Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(3), 353–359.